



Facultad de Administración y Negocios

Trabajo de Investigación

**Investigación de mercado para la
exportación de sacos de polipropileno al
mercado de Chile en la empresa Atlántica
S.R.L., Chiclayo - Lambayeque 2018**

Autores:

Bobadilla Diaz Eduardo Alexander -1420600

Mundaca Cueva Dayse Carolina - 1420598

Para obtener el grado en bachiller en:

Administración de Negocios Internacionales

Asesor:

John Hitler Mena Dávila

Chiclayo, Marzo de 2019

Título del proyecto de Investigación

"Investigación de mercado para la exportación de sacos de polipropileno al mercado de Chile en la empresa Atlántica SRL, Chiclayo-Lambayeque 2019"

Autores : Bobadilla Diaz Eduardo Alexander

Mundaca Cueva Dayse Carolina

Asesor(a) : Jhon Hitler Mena Davila

Tipo de investigación

- **Tipo de la investigación** : Descriptiva
- **De acuerdo al diseño** : Transeccional

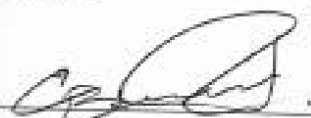
Institución para la cual se desarrollará la investigación:

Atlántica SRL.

Duración estimada de ejecución del proyecto:

- *Periodo de ejecución* : 10 Meses
- *Inicio* : marzo 2018
- *Culminación* : diciembre 2018

Firmas



Bobadilla Diaz Eduardo Alexander
Asesorado



John Hitler Mena Dávila
Asesor(a)



Mundaca Cueva Dayse Carolina
Asesorado(a)

 UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

Mg. Gabriela García Soto
COORDINADORA ACADÉMICA DE GESTIÓN

Chiclayo, de diciembre de 2018

DEDICATORIA

A nuestros padres por ser fuente fundamental de nuestros valores, por el apoyo y motivación constante e incondicional en el transcurso de nuestro camino como estudiantes universitarios.

A nuestros profesores, compañeros, y a nuestra universidad, ya que en su conjunto nos posibilitaron crear nuevas experiencias, amistades y forjar nuevas cualidades las cuales nos servirán en nuestra vida profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la singular oportunidad de vivir, y así permitirnos forjar una vida como profesionales de calidad, además de ser soporte durante momentos de alta presión durante el periodo de estudio.

A nuestros padres por el apoyo emocional, espiritual y económico que nos permitieron concluir nuestra carrera profesional de manera satisfactoria.

A nuestros profesores por habernos compartido sus conocimientos y experiencias laborales correspondientes a nuestra profesión. Como agradecimiento particular a nuestro asesor Jhon Hitler Mena Davila por haber cedido su valioso tiempo para guiarnos en la elaboración del presente trabajo.

Resumen

La presente investigación se realizara para la empresa Atlántica SRL. con la finalidad de encontrar un nuevo mercado potencial para la empresa y así lograr que llegue a tener una presencia internacional. Se toma como objetivo principal el evaluar la viabilidad de la exportación de sacos de polipropileno al mercado de Chile debido a que es uno de los principales mercados consumidores e importadores de polipropileno.

La elección de mercado de Chile se obtuvo a través de un análisis cribas el cual está elaborado a base de indicadores seleccionados a criterio de mercadotecnia internacional.

Por último el tipo de investigación es descriptiva propositiva con un diseño transeccional o transversal tomando como población al directorio elaborado con información obtenida de fuentes fidedignas que nos permitirán establecer un contacto con el posible cliente internacional.

INDICE

I. MARCO TERORICO REFERENCIAL.....	1
1.1. DEFINICION DEL PROBLEMA.....	1
1.2. PROBLEMA PRINCIPAL.....	1
1.3. OBJETIVO PRINCIPAL.....	1
1.4. MARCO TEORICO.....	1
1.4.1. Antecedentes Nacionales.....	1
1.4.2. Antecedentes Internacionales.....	2
1.4.3. BASES TEORICAS:.....	3
1.4.1.1. Investigación de Mercado.....	3
1.4.1.2.	9
1.4.1.3.	9
II. METODOLOGIA.....	10
2.1. Hipótesis.....	10
2.2. Tipo de investigación.....	10
2.3. Diseño de investigación.....	11
2.4. Población y muestra.....	12
2.4.1. Población	12
2.4.2. Muestra	13
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	13
3.1. Clasificación arancelaria.....	13
3.2. Atributos del Producto.....	13
3.3. Consumo de Saco de Polipropileno.....	14
3.4. Segmentación del Mercado.....	15
3.5. Promoción.....	16
3.6. Idea de Negocio.....	16
3.7. Mercado.....	17
3.8. Plan de Operaciones.....	19
3.8.1. Flujo grama de Producción.....	19
3.8.2. Proveedores.....	20
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:.....	20
V. BIBLIOGRAFÍA	22
VI. ANEXOS.....	23
6.1. Análisis Cribas.....	23
6.2. Matriz Foda.....	26

6.3.	Operacionalización de Variable.....	27
6.4.	Cuestionario de sacos de polipropileno.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Importancia crítica de definir correctamente el problema (Carl McDanielr & Gates, 2015).....	5
Figura 2 Proceso de Investigación de Mercados (Carl McDanielr & Gates, 2015).....	8
Figura 3 Clasificación de la Investigación de Mercados (Carl McDanielr & Gates, 2015) .	9
Figura 4 Metodología de la Investigación (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014).....	11
Figura 5 Exportaciones peruanas expresado en KG (Sunat, 2018).....	15
Figura 6 Importaciones Chilenas expresado en valor FOB (Trade Map, 2018)	19
Figura 7 Flujo grama de producción de sacos de polipropileno (Atlántica SRL, 2018)	19

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1 Cribas del año 2018.....	14
----------------------------------	----

I MARCO TERORICO REFERENCIAL:

1.1. DEFINICION DEL PROBLEMA:

La empresa ATLANTICA SRL, que empezó a funcionar el 17 de mayo del 2012. Actualmente, se dedica a la comercialización y producción de sacos de polipropileno para sus clientes locales, sin embargo, cuenta con un exceso de capacidad instalada por lo cual está en búsqueda de nuevos mercados, por lo que se realizó un análisis CRIBAS y se obtuvo como resultado el mercado de Chile, siendo este el principal importador del Perú de sacos de polipropileno según fuente Sunat.

1.2. PROBLEMA PRINCIPAL:

¿Cuán viable es la exportación de sacos de polipropileno al mercado chileno por parte de la empresa Atlántica SRL.?

1.3. OBJETIVO PRINCIPAL:

Proponer una investigación de mercado para evaluar la viabilidad de la exportación de sacos de polipropileno al mercado de Chile.

1.4. MARCO TEORICO

1.4.1. Antecedentes Nacionales:

(Álvarez, 2015) en su tesis “Estudio De Pre-Factibilidad De Una Empresa Productora Y Comercializadora De Envases De Vidrio En Base A Vidrio Reciclado” indica que una empresa que fabrica envases de vidrio produce en

tamaño y presentaciones estándar, en casos especiales pueden hacer los envases de manera personalizada con el diseño que el cliente requiera. Además, las empresas dedicadas al rubro de los alimentos o bebidas tienden a ser sus principales mercados. En cuanto a precio tienen que ser similares a los que están ya en el mercado, sin embargo, los envases personalizados tienen costo mayor. Las variables que se utilizan para medir su sensibilidad son el precio, la demanda y los costos de materia prima y venta.

Investigar un mercado cuenta con diferentes variables para poder identificar la mejor opción. Para (Salas, 2012) en su “Investigación De Mercado Para La Exportación De Palta Hass Al Mercado De Italia” menciona que se debe tener en cuenta, el producto y sus características, sus ventajas que puede ofrecer a diferencia de otro producto igual o similar. Además, se debe tener en cuenta a que debe conocer al mercado que va a llegar y conocer sus exigencias técnicas del cliente, el sistema de distribución física internacional, las barreras de acceso que impone el estado y su segmentación del mercado o los principales consumidores del producto. La empresa exportadora debe contar con certificaciones que den garantía del producto, en el caso de la palta hass debe de contar con certificación fitosanitaria, de origen, Global Gap y HACCP siendo estas las principales certificaciones para la exportación de palta hass.

1.4.2. Antecedentes Internacionales

En el momento que una empresa desea internacionalizarse es importante conocer su capacidad y la que requiere el mercado al que desea llegar. Así lo dice (Hernández, Marín, & Romero, 2012) en su tesis “Proyecto de exportación de Sacos de Polipropileno a Ponce” donde su producto, súper sacos, se planea exportar desde México a Puerto Rico para lo que se consideró el tipo de producto, que puede contener y sus características principales como son su bajo costo,

duradero, manipulable y el que pueda cuidar las características del producto que se almacenara. Además, se debe conocer la empresa por lo que se realiza un análisis FODA. Se lleva a cabo la proyección de las utilidades en los últimos cinco años, su costo de producción y venta.

(Castañeda & Mendoza, 2016) nos explica que la idea de que la empresa Plasmotec S.A.S desee internacionalizarse surge al querer obtener más ingresos y no poder aumentar su precio por la existencia de competencia, por lo que buscan entrar a otros mercados. Este sector de la industria ha ido en aumento y bajada en los últimos cinco años lo que no es un buen indicador. Al querer aumentar sus ventas, comienzan a interesarse en estudiar nuevos mercados, su nivel de consumo y utilizando las 5p's del marketing.

1.4.3. BASES TEORICAS:

1.4.1.1. Investigación de Mercado

- La definición de una investigación de mercado según McDaniel & Gates (2015) “Investigación de mercados es la planeación, recolección y análisis de datos relevantes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la dirección”. (pág.4).
- Según Churchill (2003) , considera investigación de mercado a la interacción entre público , consumidor y cliente con el especialista del mercado , identificando oportunidades y amenazas en el mercado las cuales luego de un análisis se procede a elaborar estrategias de mejora en el mercado.

Proceso de Investigación de Mercados

Una investigación de mercados está sujeta a un proceso en el debe respetarse cada uno de los eslabones de dicho proceso. Para McDaniel & Gates (2015) la investigación de mercados consta de 8 etapas las cuales son:

- **Identificación del problema y enumeración de los objetivos de investigación:**

Es el paso inicial del proceso de investigación se utiliza para evaluar el producto o servicio para evaluar el producto o servicio en cuestión, a partir de esta se localizan e identifican las oportunidades existentes. De esta manera se definen objetivos para la investigación y se plantean como hipótesis, la cual debe ser de naturaleza predictiva.

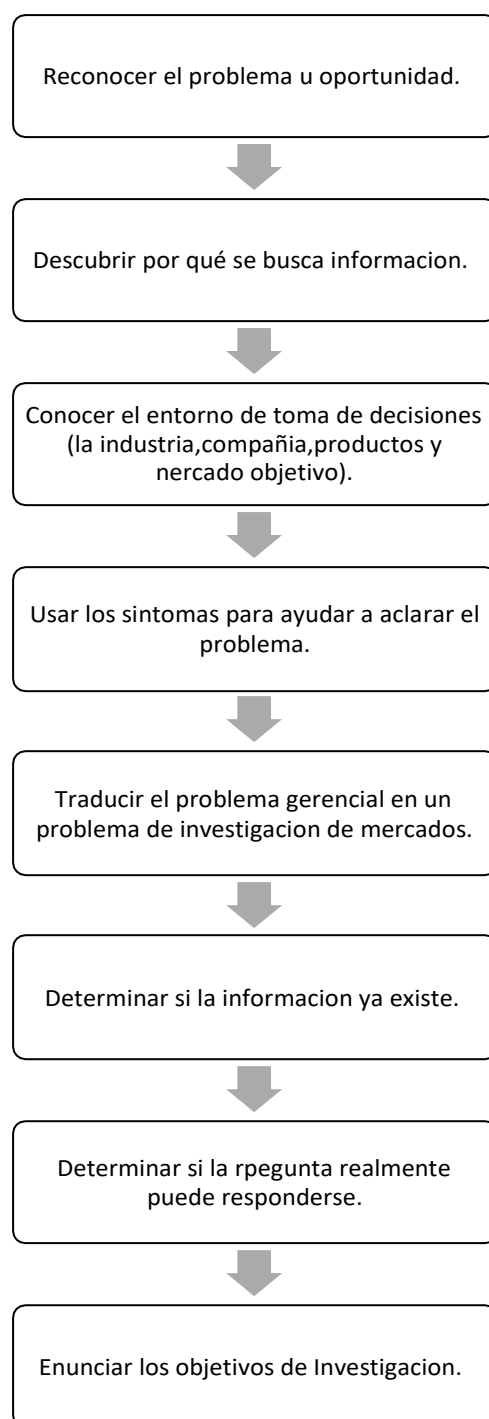


Figura 1 Importancia crítica de definir correctamente el problema (Carl McDaniel & Gates, 2015)

- **Crear diseño de la investigación:**

Plan para abordar los objetivos e hipótesis de la investigación se desarrolla una estructura para responder a un plan específico, se

debe decidir si la investigación puede llegar a ser descriptiva o casual.

Descriptiva: Ayudan a definir variables para un estudio casual.

Causales: Evalúa el efecto de una variable en otra, tanto variable dependiente como independiente.

- **Elegir un método de Investigación:**

Permiten la recolección de datos. Pueden ser por encuestas, por observación y experimentales.

Encuestas.- Se recolectan hechos, opiniones y actitudes, interviene el entrevistador y los encuestados.

Observaciones.- Trata de observar al consumidor y las acciones que muestra al momento de realizar una compra.

Experimentos.- Mide la causa y efecto que tiene el cambio de la variable independiente en la dependiente.

- **Seleccionar procedimiento de muestreo:**

Se define como el sub-conjunto de una población. Dentro de la muestra debe considerarse que los que formen parte deben brindar información innecesaria para resolver el problema de la investigación.

Las muestras pueden ser:

Probabilísticas.- Posibilidad de selección de cada elemento conocida y diferente cero

No Probabilísticas.- Posibilidad de selección de cada elemento es desconocida.

- **Recolectar Datos :**

Debe hacerse de manera objetiva sin dejarse nada al azar, realizando las debidas interpretaciones de acuerdo al método seleccionado.

- **Analizar Datos:**

Interpretar y sacar conclusiones de los datos recolectados utilizando diferentes técnicas.

- **Redactar y Presentar Informe:**

Presentar los resultados y convencer de que se pongan en práctica dando a mostrar que son creíbles y justificados por los datos recolectados.

- **Ejecutar Seguimiento**

Determinar si las recomendaciones se siguieron y si no es el caso determinar el porqué.

En conclusión el proceso de investigación de mercados está compuesto por 8 pasos los cuales están ordenados en forma que permita la adecuada recolección, análisis y aplicación de la información en la empresa en cuestión.

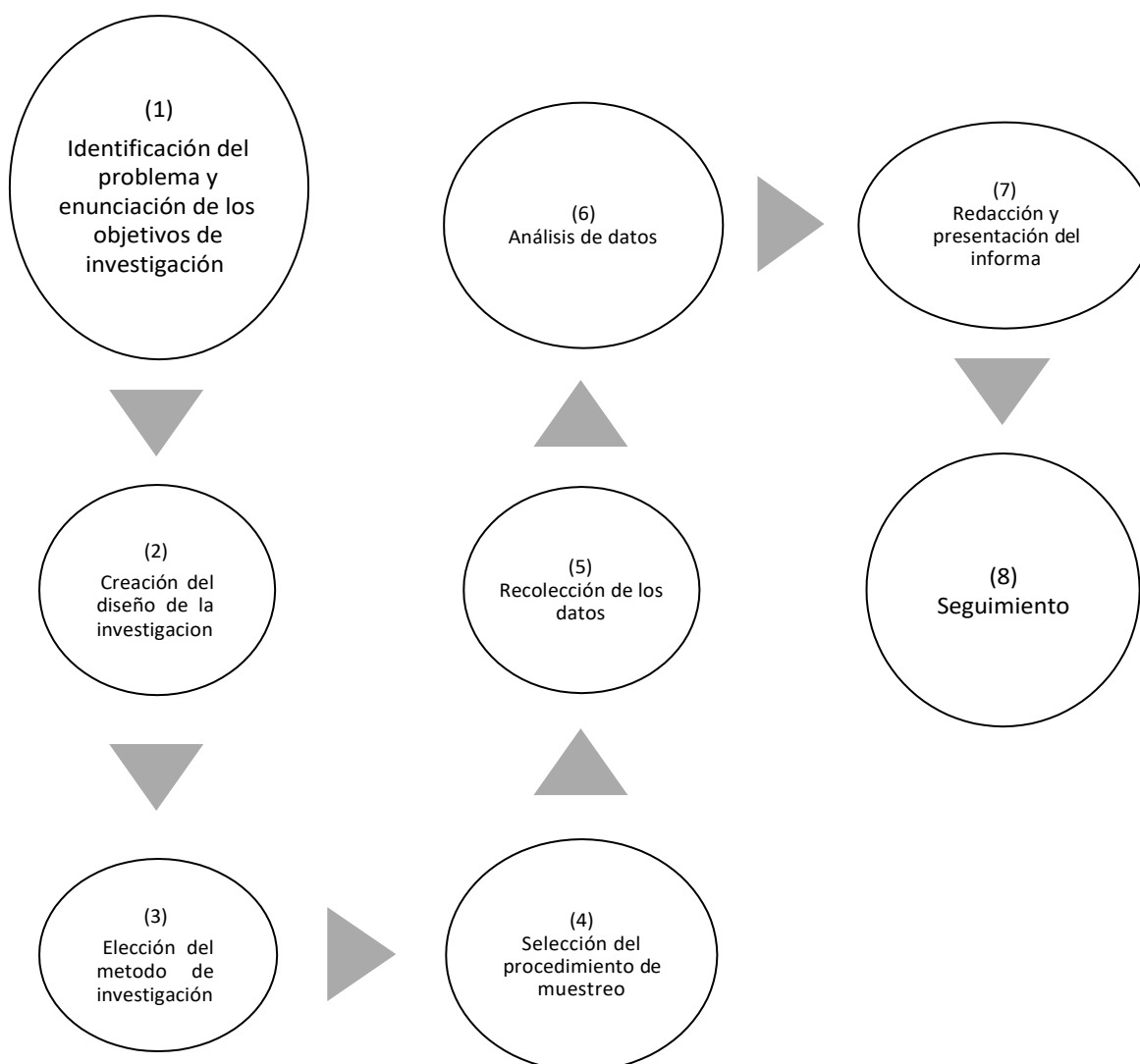


Figura 2 Proceso de Investigación de Mercados (Carl McDanielr & Gates, 2015)

Clasificación de la Investigación de mercados

La investigación de mercado está clasificada según Malhotra (2008) en investigación para la identificación del problema y en Investigación para la solución del problema, estas se subdividen en indicadores que permiten el estudio de nuestras variables como se muestra en las siguientes tablas.

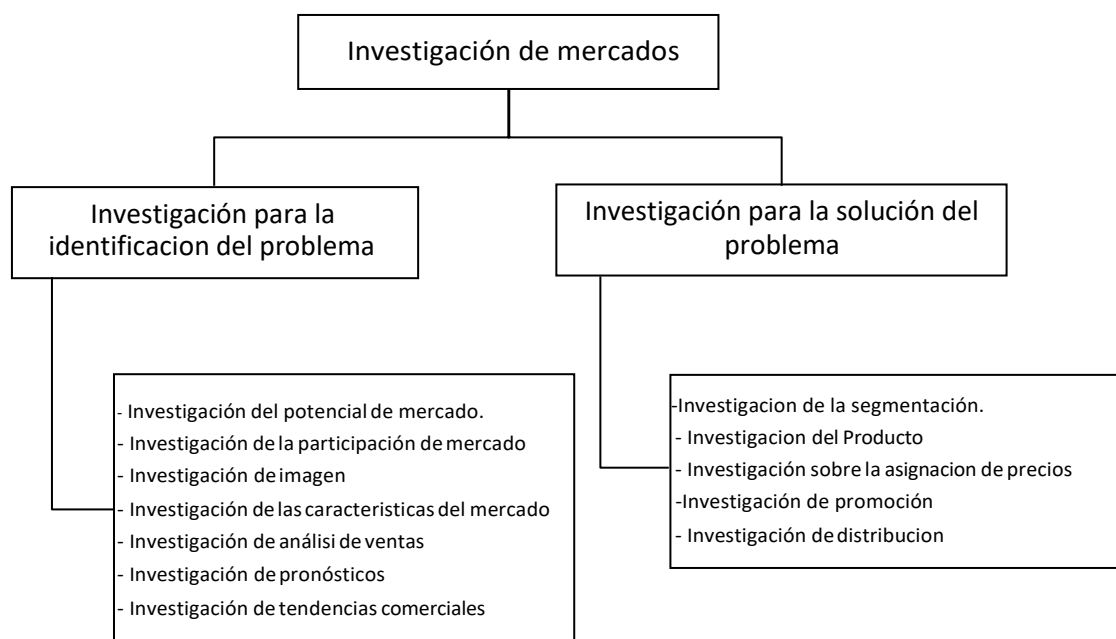


Figura 3 Clasificación de la Investigación de Mercados (Carl McDanielr & Gates, 2015)

1.4.1.2. Exportación:

Según la Ley General de Aduanas (SUNAT, s.f.) Cita a la exportación definitiva como un:

“Régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior. La exportación definitiva no está afecta a ningún tributo.”(Art.60)

1.4.1.3. Polipropileno:

Según el sitio web (Petroquim, s.f.), polipropileno:

“Es un termoplástico que es obtenido por la polimerización del propileno, subproducto gaseoso de la refinación del petróleo. Todo esto desarrollado en presencia de un catalizador, bajo un cuidadoso control de temperatura

y presión. El Polipropileno se puede clasificar en tres tipos (homopolímero, copolímero rándom y copolímero de alto impacto), los cuales pueden ser modificados y adaptados para determinados usos.”

El polipropileno es un derivado del petróleo, que según el uso que se le dé se puede convertir en distintos productos.

II. METODOLOGIA

En la metodología se hacen señalamientos del proceso en el cual se desarrollará la investigación; es decir, de las características y condiciones metodológicas en las cuales se apoya la investigación. En este sentido se señalan los siguientes componentes investigativos.

2.1. Hipótesis

Implementación de una investigación de mercado para medir la viabilidad de la exportación de sacos de polipropileno al mercado chileno de la empresa Atlántica SRL.

2.2. Tipo de investigación

La presente investigación es descriptiva propositiva ya que trata de explicar a través de características un fenómeno que se analice. Según Hernández, Fernández, & Baptista (2006) los “ estudios descriptivos unicamente pretenden medir o recoger informacion de manera independiente o conjunta sobre los

conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas”(p.103).

De esta manera nuestras variables, dependiente como independiente pueden estar relacionadas hasta cierto punto pero no necesariamente una influya directamente en otra.

2.3. Diseño de investigación

La estrategia que se seguirá para lograr los objetivos de la investigación y demostrar la hipótesis es transeccional o transversal, dando a conocer la relación de las variables en un momento determinado como mencionan Hernández, Fernández, & Baptista (2006) “ recolectan datos en un solo momento , en un tiempo unico. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”(p. 208).

De esta manera se entiende que la pretende investigacion se apegara a este diseño porque trabajara con datos recolectados en años pasados (2010-2017), pero seran analizados en el momento presente (2018).

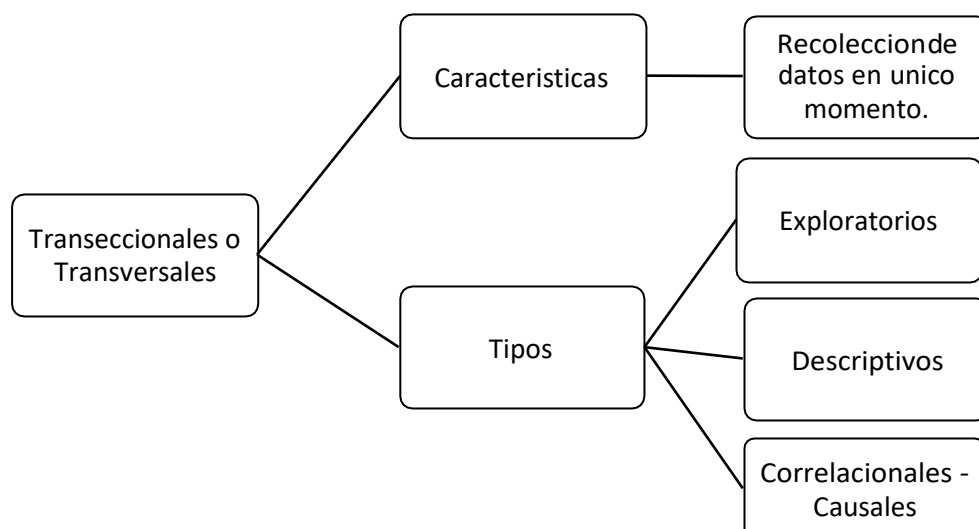


Figura 4 Metodología de la Investigación (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014)

2.4. Población y muestra

2.4.1. Población

La población es el objeto de estudio que conforma la problemática de la investigación. Con el fin de comprender mejor los elementos propios de la población se presenta la definición de Fidias (2006), quien dice lo siguiente:

Se entiende por población cualquier grupo de individuos que posean una o más características en común de interés para el investigador, la población puede estar constituida por todos los individuos de un particular tipo, entendiendo que estos son quienes interactúan y son impactados directamente por el problema indicado (P.25)

También población es definida por Véliz (2014) como algún conjunto de sujetos de los cuales se obtendrá información, utilizando procedimientos para deducir toda la información de una determinada población.

Además, Maldonado (2015), menciona que una buena investigación no está sujeto al tamaño de la población, de lo contrario, una buena investigación va de la mano con una clara delimitación de la población guardando relación con los objetivos de la investigación.

De acuerdo con lo referido previamente, se hace mención que la población objeto de estudio son la totalidad de los sujetos que se encuentran relacionados con el problema de la investigación, que existen métodos para medir un subconjunto de una determinada población y que no necesariamente una investigación de alta importancia debe contar con una población numéricamente abundante, de esta manera la población de la presente investigación serían las empresas importadoras de sacos de polipropileno en Chile y el gerente de la empresa Atlántica SRL.

La población de la presente investigación está representada por un directorio elaborado a base de limpieza de partida en Sunat y la búsqueda empresas en páginas amarillas.

2.4.2. Muestra

La muestra es definida por, Hernández, Fernandez, & Baptista (2014), como a un subconjunto de elementos pertenecientes a la población.

Entonces en la presente investigación no se considerara muestra debido a que se cuenta con una población pequeña menor a 50.

2.4.3. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que se aplicaron para la recolección de datos fueron:

- La entrevista, con su respectivo instrumento cuestionario.
- La encuesta, con su respectivo instrumento cuestionario.
- La técnica de análisis documental, con su instrumento análisis de los documentos de comercialización de sacos de polipropileno.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Clasificación arancelaria:

6305.33.20.0

3.2. Atributos del Producto:

Los sacos de polipropileno, sirven para el envasado de distintos productos para el mercado local, nacional e internacional. Son preferidos por su durabilidad, resistencia y reciclaje para otros usos.

Existen diferentes tipos de envases o sacos de polipropileno, como, saco tejido de color blanco, saco laminado de color blanco o de otros colores, sacos de gran capacidad o big bag. Además, los sacos pueden ser con logotipo o impresión dependiendo del cliente. Y por último, el tamaño y diseño del saco son realizados a pedido del cliente.

3.3. Consumo de Saco de Polipropileno:

Los principales consumidores de sacos de polipropileno en el continente americano son los países de Estados Unidos, Colombia, Chile, Canadá y México según fuente Trade Map. Sin embargo para la selección del mercado a estudiar se tomara los tres primeros países para la elaboración del CRIBAS.

Dando como resultado de este instrumento los siguientes resultados:

Tabla 1 Cribas del año 2018

Estado	Estados Unidos	Colombia	Chile
1. Importaciones de sacos de polipropileno	45%	30%	15%
2. Destino de las exportaciones del Perú	20%	40%	60%
3. Precio FOB en el puerto exportador	20%	10%	20%
4. Índice Arancelario	5%	5%	5%
5. Precio en destino	10%	10%	20%
6. Tiempo de transito	10%	20%	30%
7. Numero de puertos	30%	10%	20%
8. Tasa de Inflación	10%	10%	20%
9. PBI Per – cápita	30%	10%	20%
Totales	180%	145%	210%

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla da como resultado al mercado de Chile como el país con mayor ventaja competitiva en comparación de Estados Unidos y Colombia.

Chile es un mercado estable, en el que se puede invertir, además de su cercanía al país permite que su flete internacional sea más bajo a comparación que otros mercados.

Otra ventaja que tiene el mercado chileno, sus principales proveedores de sacos de polipropileno son Brasil, Colombia y Perú, a su vez las exportaciones del Perú de sacos de polipropileno tiene como principal destino Chile, como se puede apreciar en el siguiente gráfico

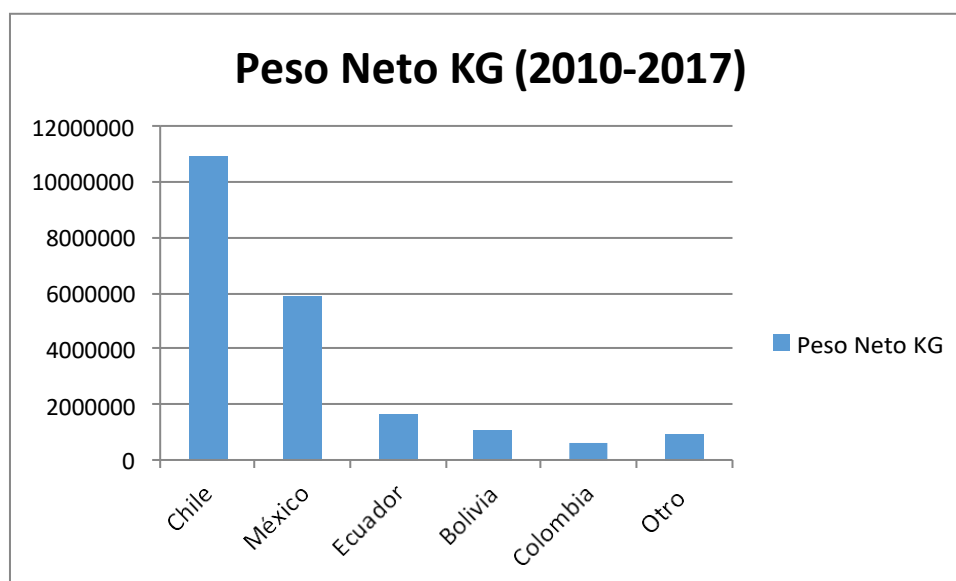


Figura 5 Exportaciones peruanas expresado en KG (Sunat, 2018)

3.4. Segmentación del Mercado:

Atlántica SRL, tiene como principal mercado nacional a los sector minero y sector pesca, siendo estos los que consumen gran porcentaje de su producción.

Por tal motivo se ha seleccionado en Chile el sector pesca, debido a que es un país que cuenta con una gran porción de su territorio con salida al mar volviéndolo un país pesquero, por lo que demandara gran cantidad sacos de polipropileno.

Sin embargo, en el directorio se tomaran en cuenta también al sector minero y empresas dedicadas también a la elaboración de sacos de polipropileno, ya que estas servirán de intermediario para llegar al consumidor final.

3.5. Promoción:

Se va a promocionar el producto a través de cartas de presentación, en la que se describirá brevemente a la empresa, las certificaciones con las que cuenta, las características de sus productos y sus formas de pago y forma de envío.

3.6. Idea de Negocio:

La empresa Atlántica SRL. Se dedica a la elaboración y comercialización de sacos de polipropileno al mercado nacional, sin embargo por su sobre capacidad de producción, actualmente está en búsqueda de nuevos mercados, es por tal motivo que se realizara la presente investigación.

La empresa se dedica a la elaboración de los siguientes productos:

- Sacos tejidos blanco
- Saco tejido negro
- Sacos laminados transparentes
- Sacos laminados de colores diversos
- Sacos impresos
- Mantas negras

La empresa Atlántica tiene la siguiente misión y visión:

Misión: "Somos una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de sacos y telas de polipropileno, buscando la plena satisfacción de nuestros clientes, colaboradores y accionistas, de manera sostenida y comprometida con el medio ambiente y la sociedad."

Visión: "Para el año 2020 alcanzar los máximos niveles de productividad, calidad y ventas, fomentando siempre la mejora continua e innovación de nuestros procesos."

Basado en un análisis Foda (Ver anexo 3) realizado a la empresa, se reconoce la necesidad de buscar nuevos clientes a nivel internacional. Por este motivo se propone la siguiente investigación de mercado a Chile.

Al iniciar la internacionalización de la empresa Atlántica SRL, esta se puede acoger a los siguientes beneficios por la exportación de sacos de polipropileno,

- El drawback es definido por el Instituto Pacífico (2015) como la “Restitución será otorgada por un monto equivalente al 4% del valor FOB del producto exportado que figura en la Declaración Aduanera de Mercancías – Formato DUA de exportación, con un tope del 50% de su costo de producción correspondiendo aplicar la tasa vigente al momento de la aprobación de la solicitud” (p.9). Por esta razón el drawback representa un ingreso sustancial para la caja de la empresa.
- El saldo a favor del exportador es definido por PromPeru (2018) como “Un mecanismo promotor de las exportaciones, este mecanismo tributario busca compensar o devolver al exportador, el crédito fiscal del IGV de sus compras, generado por operaciones de exportación, este se encuentra constituido por el monto de IGV e IPM”.

Representando un ingreso de capital extra para la empresa Atlántica SRL.

3.7. Mercado

Competencia Nacional:

Las principales empresas nacionales dedicadas a la exportación de sacos de polipropileno al mercado de Chile son:

- CORESA PERU S.A. (Lurín, Lima)
- FIBRAFIL S.A. (Lurín, Lima)
- IBEROAMERICANA DE PLASTICOS SAC (Lima)
- IBEROPLAST S.A.C. (San Isidro, Lima)
- NORSAC SA. (Trujillo)
- SACOS PISCO S.A.C. (Ate, Lima)
- SAPISCO COMERCIAL S.A.C.(Ate, Lima)

Competencia Internacional:

Los principales cuatro países proveedores de sacos de polipropileno al mercado de Chile según Trade Map (2018), son:

1. India
2. China
3. Perú
4. Vietnam

Se puede observar que el Perú ocupa es uno de sus principales proveedores de sacos de polipropileno al mercado chileno, dándole una ventaja por su cercanía territorial entre Chile y Perú.



Figura 6 Importaciones Chilenas expresado en valor FOB (Trade Map, 2018)

3.8. Plan de Operaciones

3.8.1. Flujo grama de Producción

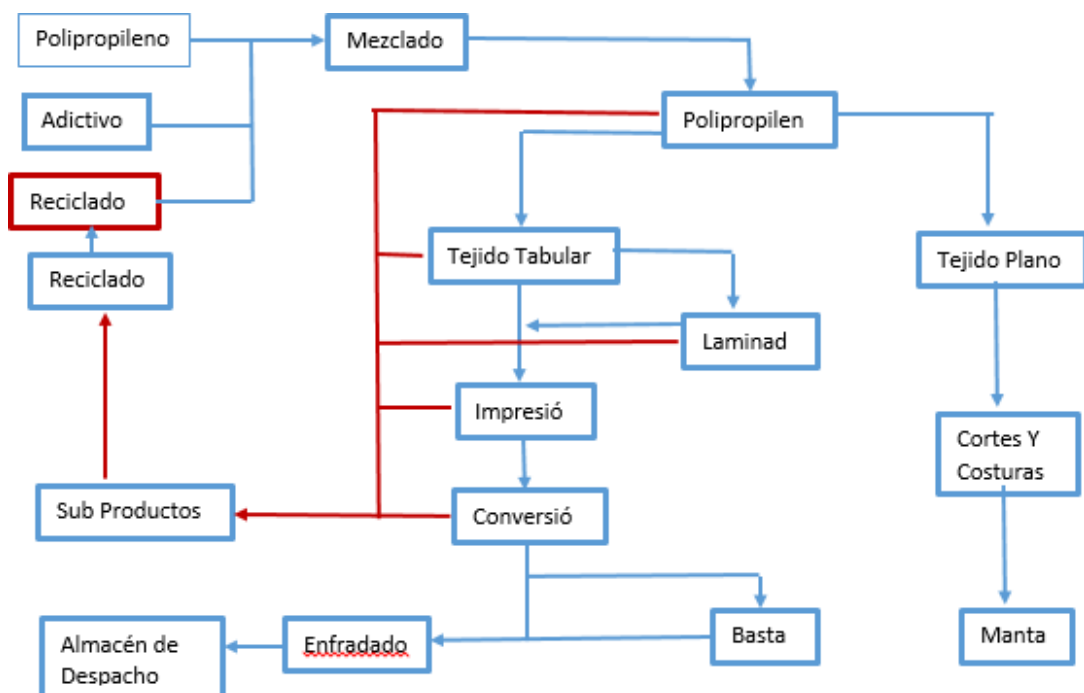


Figura 7 Flujo grama de producción de sacos de polipropileno (Atlántica SRL, 2018)

3.8.2. Proveedores:

La finalidad de la empresa “Atlántica SRL” es la elaboración, fabricación y comercialización de sacos de polipropileno de calidad para satisfacer a sus clientes. Con este objetivo se necesita obtener materia prima y maquinaria de calidad con lo que se dará un valor agregado comercial al producto.

Los fabricantes de las mejores máquinas para la fabricación de sacos de polipropileno son de Australia, sin embargo, la empresa Atlántica comenzó con maquinaria China, pero conforme fue ganando una posición en el mercado, logro con el tiempo comprar maquinaria de la India y sus últimas adquisiciones son maquinarias australianas.

Las materias primas son:

- Polipropileno
- Carbonato de calcio
- MasterBacht
- Tintas
- Alcohol Industrial
- Hilo Nailon

Sus proveedores de su materia prima principal, polipropileno, son del exterior, principalmente de Arabia Saudita, Brasil y Colombia.

Proveedores de Colombia:

- Esenttia “Polipropileno, polietileno y Masterbatch”.
- Plassol SAS

Proveedores de Arabia Saudita:

- ALYUSRA TRADING COM- PANY LIMITED
- ALAYED INDUSTRIAL GROUP

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

- La selección del mercado de Chile se debe a que es uno de los principales importadores de sacos de polipropileno del Perú, debido a que este es un país marítimo y presenta gran cantidad de empresas pesqueras que requieren el envase de polipropileno.

- El envase de polipropileno es utilizado en distintas industrias como la minera y agraria, lo que representa un potencial mercado, ya que Chile es un mercado agrario y minero, siendo el cobre su principal materia prima a exportar.
- La empresa Atlántica SRL, cuenta con la infraestructura, conocimientos y experiencia en la elaboración de sacos de polipropileno, además de ser reconocida dentro de la industria nacional, ya que esta es la principal distribuidora de sacos en SEAFROST, PERUPEZ, ARCOPA, entre otras, siendo estas marcas las que respaldan el trabajo de Atlántica.
- Se recomienda la internacionalización de la empresa Atlántica SRL. ya que cuenta con capacidad ociosa, la cual es una capacidad instalada de producción que la empresa está sin utilizar, pudiéndose utilizar dicha capacidad para abastecer mercados internacionales, aumentando sus ingresos.
- Se recomienda el contacto con las empresas importadoras de sacos de polipropileno en Chile, a través de una carta de presentación en la que estará anexada una breve encuesta.

V. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, F. (2015). *ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ENVASES DE VIDRIO EN BASE A VIDRIO RECICLADO*. Tesis de Licenciatura, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ, FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA, Lima.
- Castañeda, E., & Mendoza, C. (2016). *PROPUESTA DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA UNA PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR PLÁSTICOS EN BOGOTÁ: ESTUDIO DE CASO PLASMOTEC S.A.S.* UNIVERSIDAD DE LA SALLE, FACULTAD DE FINANZAS Y COMERCIO INTERNACIONAL, Bogotá.
- Hernández, A., Marín, G., & Romero, V. (2012). *Proyecto de exportación de Sacos de Polipropileno a Ponce*. Universidad Veracruz, Facultad en Administración y Negocios Internacionales.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6a ed.)*. México D. F., México: McGraw-Hill. Recuperado el 15 de 11 de 2018
- Petroquim. (s.f.). *Petroquim*. Recuperado el 8 de 10 de 2018, de <http://www.petroquim.cl/que-es-el-polipropileno/>
- Salas, H. (2012). *INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE PALTA HASS AL MERCADO DE ITALIA*. Universidad San Martín de Porres, ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES.
- SUNAT. (s.f.). *SUNAT*. Recuperado el OCTUBRE de 2018, de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>

VI. ANEXOS

6.1. Análisis Cribas

Tabla 1. Variable de Criterio Básico de Selección de Mercado.

Criterios	Expresado en	Ponderación (%)
1. Importaciones de sacos de polipropileno	Toneladas	15%
2. Destino de las exportaciones del Perú	KG	20%
3. Riesgo país	Monto	10%
4. Índice Arancelario	Porcentajes	5%
5. Precio en destino	Monto	10%
6. Tiempo de transito	Días	10%
7. Numero de puertos	Cantidad	10%
8. Tasa de Inflación	Porcentajes	10%
9. PBI Per - cápita	Monto	10%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2. Importaciones de sacos de polipropileno (15%)

Países	Expresado en Toneladas	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	64465.00	3	45%
Colombia	13511.00	2	30%
Chile	10213.00	1	15%

Fuente: (Trademap, 2018)

Tabla 3. Destino de las expórtaciones del Perú 2010-2017 (20%)

Países	Expresado en KG	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	29,684	1	20%
Colombia	640457.3	2	40%
Chile	10,782,964	3	60%

Fuente: (Sunat, 2018)

Tabla 4. Riesgo País (10%)

Países	Expresado en enunciados	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	Muy estable	2	20%
Colombia	Relativamente estable	1	10%
Chile	Muy estable	2	20%

Fuente: (CIAFATBOOK)

Tabla 5. Índice arancelario (5%)

Países	Expresado en Porcentaje	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	0%	1	5%
Colombia	0%	1	5%
Chile	0%	1	5%

Fuente: (MacMap, 2018)

Tabla 6. Precio en destino (10%)

Países	Expresado en Monto	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	2.54	1	10%
Colombia	2.54	1	10%
Chile	3.36	2	20%

Fuente: (Sunat)

Tabla 7. Tiempo de tránsito (10%)

Países	Expresado en Días	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	19	1	10%
Colombia	5	2	20%
Chile	4	3	30%

Fuente: (Siicex)

Tabla 8. Número de Puertos (10%)

Países	Expresado en Cantidad	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	14	3	30%
Colombia	3	1	10%
Chile	7	2	20%

Fuente: (Siicex)

Tabla 9. Tasa de Inflación. (10%)

Países	Expresado en Porcentajes	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	2.4	1	10%
Colombia	2.4	1	10%
Chile	2.3	2	20%

Fuente: (Datosmacro)

Tabla 10. PBI per-cápita. (10%)

Países	Expresado en Monto	Puntuación	Resultado
Estados Unidos	\$59500	3	30%

Colombia	\$14500	1	10%
Chile	\$24500	2	20%

Fuente: (CIA FATBOOK)

Tabla 12. Ponderación y Selección de Variables.

Estado	Estados Unidos	Colombia	Chile
1. Importaciones de sacos de polipropileno	45%	30%	15%
2. Destino de las exportaciones del Perú	20%	40%	60%
3. Riesgo Pais	20%	10%	20%
4. Índice Arancelario	5%	5%	5%
5. Precio en destino	10%	10%	20%
6. Tiempo de transito	10%	20%	30%
7. Numero de puertos	30%	10%	20%
8. Tasa de Inflación	10%	10%	20%
9. PBI Per - capita	30%	10%	20%
Totales	180%	145%	210%

Estados	Total
Estados Unidos	180%
Colombia	145%
Chile	210%

Fuente: Elaboración Propia.

6.2. Matriz Foda

FODA			
	INTERIOR		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	
	F1: Cuenta con maquinaria nueva y de tecnología. F2: Personal competitivo y comprometido. F3: Certificación ISO 9001 F4: Buena relación con los proveedores. F5: Know-how de la industria. F6: Mejora continua e innovación en procesos de producción y calidad. F7: Alianzas y convenios institucionales.	D1: Comunicación y trabajo en equipo poco eficiente. D2: Gastos financieros elevados. D3: Capacidad de producción limitada. D4: Falta de indicadores de gestión y control de costos. D5: Falta de un plan estratégico de marketing y ventas.	
E X T E R I O R	OPORTUNIDADES	OPCIONES DE ESTRATEGIAS	OPCIONES DE ESTRATEGIAS
	O1: Mercado en amplio crecimiento. O2: Posibilidad de ingresar a mercados internacionales. O3: Incremento de las exportaciones agroindustriales, minerales y pesqueras. O4: Mercado regional con demanda	(F5-O2) Buscar nuevos clientes en el mercado Internacional.	(D1-D5-O3-O2) Creacion del Area de Marketing para aumentar las ventas e investigar nuevos mercados.
	AMENAZAS	OPCIONES DE ESTRATEGIAS	OPCIONES DE ESTRATEGIAS
	A1: Competencia con mayores niveles de producción. A2: Producto que en un futuro puede ser sustituido. A3: Volatilidad del precio del petróleo. A4: Dependencia de materias primas importadas.	(F7-A4) Fortalecer lazos o buscar nuevos proveedores. (A1-F5) Participar en Ferias Internacionales.	(D5-A1) Actualizar Pagina Web

6.3. Operacionalización de Variable

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	SUB DIMENSIÓN	TECNICA	INFORMANTE
Independiente: Investigación de mercado	La definición de una investigación de mercado según McDaniels & Gates (2015) "Investigación de mercados es la planeación , recolección y análisis de datos relevantes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la dirección"	Investigación del Producto	Clasificación Arancelaria	Revisión de documentos	Siicex, Sunat
			Características y Atributos		
		Cosumo	Selección del mercado según el consumo	Cribas	trade map, sunat, siicex, searates
		Segmentación	Clientes Potenciales	Directorio	Sunat
		Promoción	Promoción a nivel Internacional	Encuesta . Carta de presentación	Elaboración Propia